

Pierre Fix-Masseau : affiches 1928-1983

| Pierre Fix-Masseau : affiches 1928-1983. 1983.

1/ Les contenus accessibles sur le site Gallica sont pour la plupart des reproductions numériques d'oeuvres tombées dans le domaine public provenant des collections de la BnF. Leur réutilisation s'inscrit dans le cadre de la loi n°78-753 du 17 juillet 1978 :

- La réutilisation non commerciale de ces contenus est libre et gratuite dans le respect de la législation en vigueur et notamment du maintien de la mention de source.
- La réutilisation commerciale de ces contenus est payante et fait l'objet d'une licence. Est entendue par réutilisation commerciale la revente de contenus sous forme de produits élaborés ou de fourniture de service.

[CLIQUER ICI POUR ACCÉDER AUX TARIFS ET À LA LICENCE](#)

2/ Les contenus de Gallica sont la propriété de la BnF au sens de l'article L.2112-1 du code général de la propriété des personnes publiques.

3/ Quelques contenus sont soumis à un régime de réutilisation particulier. Il s'agit :

- des reproductions de documents protégés par un droit d'auteur appartenant à un tiers. Ces documents ne peuvent être réutilisés, sauf dans le cadre de la copie privée, sans l'autorisation préalable du titulaire des droits.
- des reproductions de documents conservés dans les bibliothèques ou autres institutions partenaires. Ceux-ci sont signalés par la mention Source gallica.BnF.fr / Bibliothèque municipale de ... (ou autre partenaire). L'utilisateur est invité à s'informer auprès de ces bibliothèques de leurs conditions de réutilisation.

4/ Gallica constitue une base de données, dont la BnF est le producteur, protégée au sens des articles L341-1 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

5/ Les présentes conditions d'utilisation des contenus de Gallica sont régies par la loi française. En cas de réutilisation prévue dans un autre pays, il appartient à chaque utilisateur de vérifier la conformité de son projet avec le droit de ce pays.

6/ L'utilisateur s'engage à respecter les présentes conditions d'utilisation ainsi que la législation en vigueur, notamment en matière de propriété intellectuelle. En cas de non respect de ces dispositions, il est notamment passible d'une amende prévue par la loi du 17 juillet 1978.

7/ Pour obtenir un document de Gallica en haute définition, contacter utilisationcommerciale@bnf.fr.

AFFICHES 1928-1983

Fix-MASSEAU

loterie nationale

NOËL

tirage : samedi 29 décembre

GROS LOTS : 2 MILLIONS • 1 MILLION $\frac{1}{2}$ • 1 MILLION DE F



BIBLIOTHEQUE NATIONALE
1983

44

027.544

3

1983

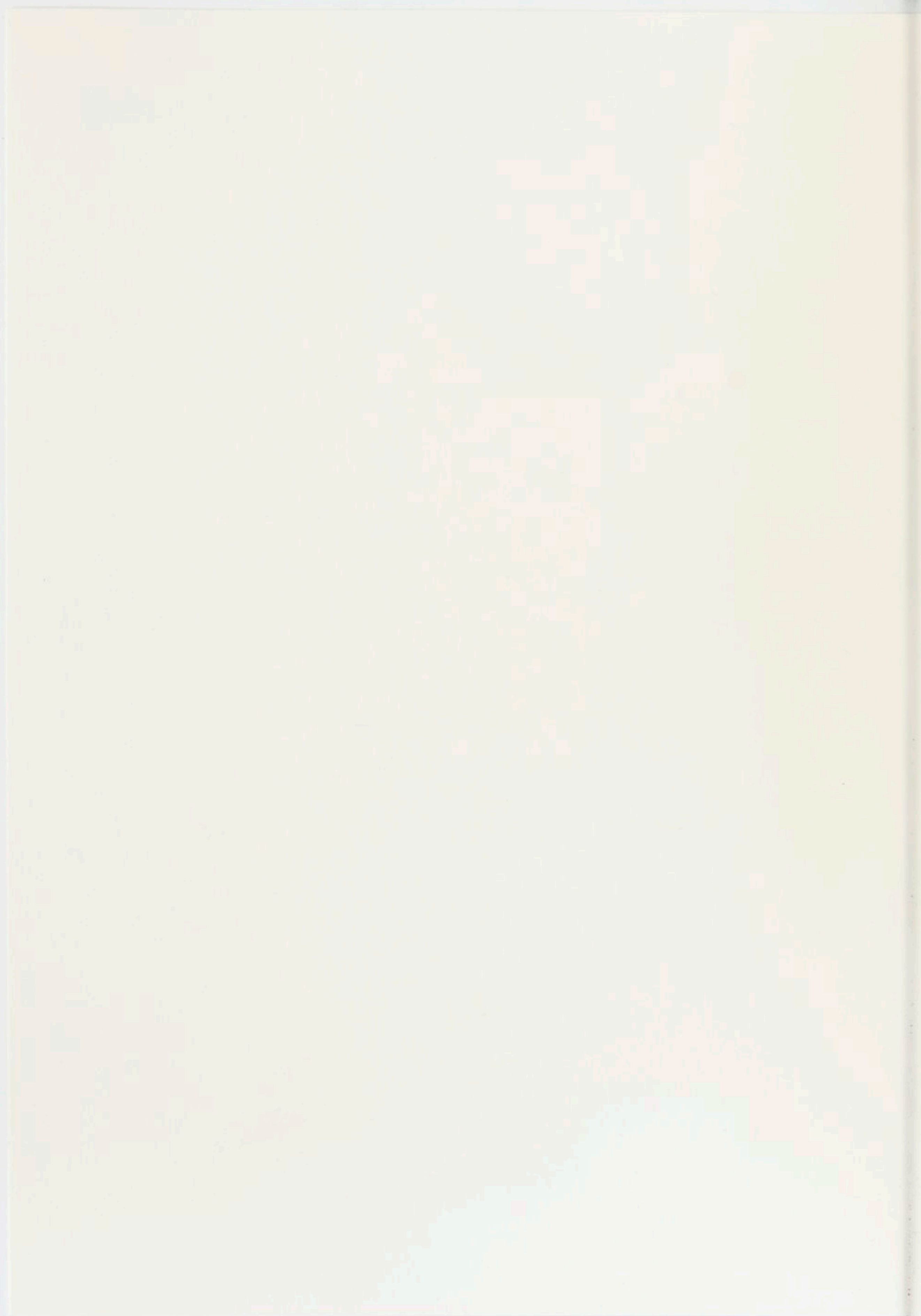
f

A00

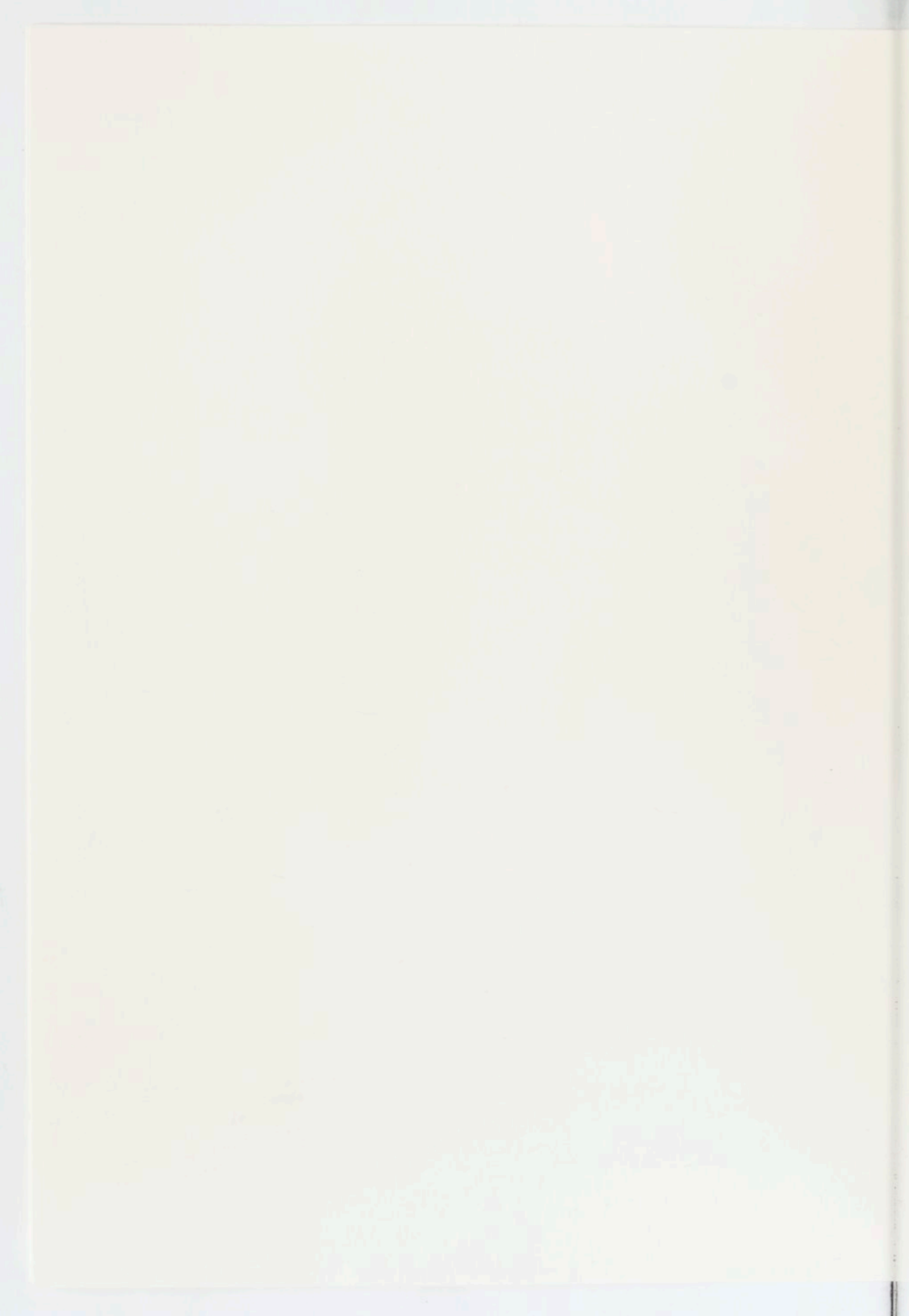


RENOV'LIVRES S.A.S.
2006





PIERRE DE



PIERRE FIX-MASSEAU

027-544

1983

f

PIERRE FIX-MASSEAU

AFFICHES 1928-1983

23 NOVEMBRE 1983 - 15 JANVIER 1984

GALERIE
MANSART



BIBLIOTHEQUE NATIONALE
1983

2006-1518 25

Dgn 200600 1052

mm 2013

So lb I

Le Service des Expositions, les Ateliers de la Bibliothèque Nationale et le Service des Publications ont contribué à la réalisation de cette exposition dont Paulette Perec, conservateur au Département des Estampes et de la Photographie est le commissaire. M. Pierre Fix-Masseau a établi la maquette de ce catalogue.

P. Fix-Masseau exprime sa reconnaissance à M. Michel Melot, Directeur de la Bibliothèque publique d'information, à Mme Laure Beaumont, Directeur du Département des Estampes et de la Photographie, et à M. Charles Perusseaux, conservateur, grâce auxquels cette exposition a pu avoir lieu. Il remercie également Jacqueline Hyde, photographe, pour la qualité de ses clichés.

A l'occasion de cette exposition, M. Fix-Masseau a fait un don d'affiches à la Bibliothèque Nationale. Qu'il en soit ici remercié.

© Bibliothèque Nationale, Paris, et SPADEM, 1983.
© V.S.O.E. Inc., Paris, 1979, 1981, 1982, 1983 pour les affiches
Venice - Simplon - Orient-Express, Collection V.S.O.E.,
Hôtel Cipriani, Villa San Michele.

« Photos Jacqueline Hyde »

ISBN 2-7177-1682-3

Prix de vente : 60 F





Côte d'Azur. Pullmann-Express. 1929. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.

Pierre Fix-Masseau est un des derniers représentants d'une profession en voie de disparition : celle d'affichiste publicitaire. S'il existe encore, en effet, des créateurs d'affiches dans le domaine culturel, celui-ci laissant à l'artiste sa liberté d'inventer, la publicité, elle, ne fait appel aux graphistes que comme illustrateurs à qui l'on passe commande très précise d'un dessin, le concept ayant été inflexiblement fixé par les « créatifs » de l'agence.

L'affichiste publicitaire, lui, trouve l'idée et en donne l'expression graphique, pour paraphraser le principe de base énoncé par Carlu. Fix-Masseau reconnaît lui-même que ce qu'on lui doit essentiellement ce sont des idées pour répondre à des problèmes posés par des clients ; il se place derrière l'affiche, pas devant ; pour servir, pas se servir...

Ses débuts se situent dans le sillage du géométrisme de Cassandre dont il fut le disciple. Il crée à cette époque une des plus frappantes réussites de l'affiche Art Déco EXACTITUDE dont le succès d'une récente réédition a démontré qu'elle était pour le public d'aujourd'hui une des images archétypiques de la période au même titre par exemple, que le « Normandie » de Cassandre. Dans la foulée de ce premier succès, il poursuit dans le même esprit.

Fix-Masseau, à qui l'on doit quelque 150 affiches et une multitude d'autres petits travaux publicitaires a, tout au long de sa carrière, cherché l'idée avec le même souci de répondre à la demande de son commanditaire, même si, comme il l'indique modestement, elle vient plus ou moins bien (mais quel affichiste pourrait dire le contraire !). Ses variations pour la S.E.I.T.A., la Loterie Nationale, de nombreux salons et plus récemment la Prévention routière en témoignent. Toutes ses œuvres tournent autour d'une trouvaille qu'il traite dans des couleurs judicieusement choisies, les personnages et les objets étant bien cernés. C'est qu'il s'agit d'aller droit au but, de faire simple, direct. Point de la sophistication des salons ou de l'intellectualisme abscons des avant-gardes. Cette exposition, si l'on ne veut pas trahir le créateur, ne doit d'ailleurs pas se visiter comme une exposition de peinture. Ce n'est pas l'esthétisme qui prime, qui doit être recherché, c'est le déclic, la fameuse idée, qui, selon les produits, pourra être traitée de manière plus ou moins peinte mais qui, plus que la beauté, recherche l'efficacité. Gardons-nous donc bien de juger trop rapidement ces recherches pour des chausseurs, des teinturiers ou des fabricants d'électro-ménager comme s'il s'agissait de belles images neutres. Ce n'est pas dans le domaine de l'affiche qu'on les trouve car ce n'est pas leur but. Fix-Masseau sait d'ailleurs, quand le sujet s'y prête, camper des compositions harmonieuses comme par exemple pour la 1^{ère} exposition des créateurs d'art en 1974 (Foire de Paris).

Cinquante ans après ses premiers succès, ce n'est sûrement pas un hasard si le Simplon-Venice-Orient-Express lui a commandé ses affiches. En faisant appel à lui, ils savaient qu'ils pourraient retrouver l'esprit de ses créations d'avant-guerre pour attirer la clientèle nostalgique des sleepings. Redessinées dans un esprit plus contemporain, elles fonctionnent parfaitement par rapport au but qui leur est assigné : une fois de plus, Fix-Masseau a gagné son pari, celui de la communication.

Alain WEILL,

Conservateur du Musée de la Publicité.



Téléférique de l'Aiguille du Midi Mont-Blanc. 1932. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.

Pierre Fix-Masseau dessine des affiches depuis plus de 50 ans. Contemporain de Cassandre, de Colin, de Carlu, de Loupot, à une époque (les années 1925-1935) où ces «Trois Mousquetaires» révolutionnaient et théorisaient l'art de l'affiche, il appartient aussi à la génération qui avec Savignac, Morvan, Villemot et quelques autres, renouvella après la guerre la tradition de ces aînés.

C'est dire que Fix-Masseau est un homme de métier. Et ce métier, il le dit lui-même, ce n'est pas dans les écoles d'art appliqué qu'il a fréquentées, qu'il l'a appris, mais en s'efforçant d'égaler les maîtres dont il voyait les œuvres dans la rue, les grands affichistes de son temps, successeurs de Cappiello. Après quelques essais de travaux publicitaires, il put entrer comme «gâte-sauce» dans l'atelier de Cassandre. Cette expérience, qui ne dura que quelques mois et au cours de laquelle Fix-Masseau fut plus un observateur attentif qu'un aide efficace («j'avoue que je ne lui rendais pas grand service», dit-il lui-même) lui a permis de déterminer ce qui sera son style et son exigence en matière d'art publicitaire. Il découvre dans l'atelier que Cassandre s'est fait construire à Versailles (par les frères Péret) un environnement moderne et rationnel donnant à l'affichiste la lumière et le recul nécessaires pour juger ses compositions, comme elles apparaîtront à l'homme de la rue à qui elles sont destinées. Il y apprend la rigueur de la composition, le souci de lisibilité. C'est peu de temps après avoir quitté l'atelier de Cassandre qu'il réalisera la célèbre *Exactitude* (1932) où, en même temps que son goût pour les belles machines puissantes, se manifeste une volonté d'adéquation totale entre l'idée publicitaire et le graphisme.

Fix-Masseau fait siennes les conceptions modernes de l'affiche formulées au milieu des années 20, qui en font un art fonctionnel, l'artiste s'effaçant derrière le message à transmettre, de telle sorte que la réussite artistique se confond avec l'efficacité publicitaire. D'une certaine manière, pour Fix-Masseau, cette nécessité de transmettre un message précis, de même que les contraintes techniques qui sont imposées à l'affichiste, agissent dans un sens positif, l'obligeant à la rigueur, à la mise en scène stricte de l'idée. Fix-Masseau a déclaré dans une interview récente «On nous obligeait à faire une affiche en quatre couleurs ce qui donnait une sorte de restriction qui n'était pas mauvaise, parce que cela ne permettait pas de céder à la facilité.»

Si Fix-Masseau s'est peu à peu éloigné du géométrisme de ses premières affiches (*Exactitude*, *Côte d'Azur Pullman Express*, *Huile Renault...*) pour adopter un style où le message apparaît dans la plus grande simplicité (*Pour vos vacances, des livres...*) et qui s'apparente quelquefois au gag visuel (*Rasoir Philips*, *Santé Sobriété*) sa conception du rôle de l'affichiste n'a pas varié, ni les soins mis à la composition et au choix des couleurs qui font que l'affiche «tient au mur».

Sa production – moins de 150 affiches – n'est pas énorme et Fix-Masseau s'est consacré aussi à quantité d'autres travaux publicitaires. Il a choisi lui-même les affiches qu'il désirait voir figurer à cette exposition, allant jusqu'à refaire les maquettes lorsque l'affiche n'était plus en sa possession. C'est donc son œuvre telle qu'il le conçoit que nous voyons ici.

Récemment, Fix-Masseau est revenu, dans la série d'affiches *Venice-Simplon-Orient Express* à un style qui rappelle ses premières compositions et à des couleurs un peu assourdies, d'un bon goût agréablement «rétro». Là encore il y a adéquation entre l'affiche et le produit puisque ce que l'on veut vendre c'est le voyage en chemin de fer «à l'ancienne».

Mais au-delà de la réussite publicitaire on peut voir dans cette utilisation référentielle de l'affiche un exemple de ce que tend à devenir aujourd'hui le rôle de l'affichiste dans la machine publicitaire : non plus un rouage essentiel, mais un supplément d'âme, un signe de culture, de prestige et de tradition que l'on associe ainsi à l'image du produit.

Paulette PEREC.

Eléments biographiques

Pierre Fix-Masseau est né à Paris en 1905. Son père était sculpteur.

Après de « brèves et médiocres études secondaires », selon ses propres termes, il entre par concours à l'Ecole des Arts décoratifs de Paris, et suit en même temps les cours techniques de l'Ecole Boulle, afin de devenir décorateur-ensemblier. Il n'apprend pratiquement rien à l'Ecole des Arts décoratifs où les professeurs se désintéressent totalement des travaux des élèves.

En 1923, après avoir tenté de trouver du travail comme décorateur, il illustre les couvertures des chansons des Folies-Bergères pour l'éditeur Enoch, et entre en rapport, grâce au chef d'orchestre de l'établissement, avec le propriétaire-directeur des Folies-Bergères, Derval, à qui il propose une affiche pour sa revue. Cette affiche est refusée parce qu'elle est trop osée, lui dit-on.

Après quelques recherches infructueuses de travaux publicitaires, Fix-Masseau est appelé, en 1925, à faire son service militaire au Maroc.

A son retour il organise chez Brame une exposition des aquarelles et dessins qu'il a rapportés. Mais il s'intéresse avant tout à l'affiche. Il réussit à vendre à Campari une affiche à l'italienne qui permet de réaliser à l'affichage un effet de frise en collant bout à bout les affiches sur les palissades.

Cappiello, ami de son père, l'encourage. Mais, ne trouvant pas d'autre commande, il accepte un emploi chez Nortier, éditeur d'étiquettes de parfumerie. Il réalise pour Maurice Moyrand une page de publicité pour la revue *Nord Magazine* à la suite de quoi Cassandre lui demandera, par l'intermédiaire de Moyrand, de travailler dans son atelier. Fix-Masseau entre chez Cassandre, à Versailles, en 1927. Il le quitte au bout de quelques mois. Il travaille ensuite chez les éditeurs publicitaires Dormoy, puis Edita chez qui il restera jusqu'en 1940. Il réalise pour Edita, dont il est le seul dessinateur, non seulement des affiches, notamment des affiches de chemin de fer, mais aussi des cartonnages de vitrines, des emboîtages, des étiquettes, des clichés de presse.

Il est mobilisé en 1940 dans le camouflage. Il travaille à son retour à Paris pour les laboratoires pharmaceutiques pour lesquels il réalise des encarts publicitaires. A la Libération, il devient indépendant, traitant directement avec les agences et les clients.



Ceinture en tissu élastique. 1928. Ed. Edita. 1,20 x 1,60 - 2,40 x 3,20.



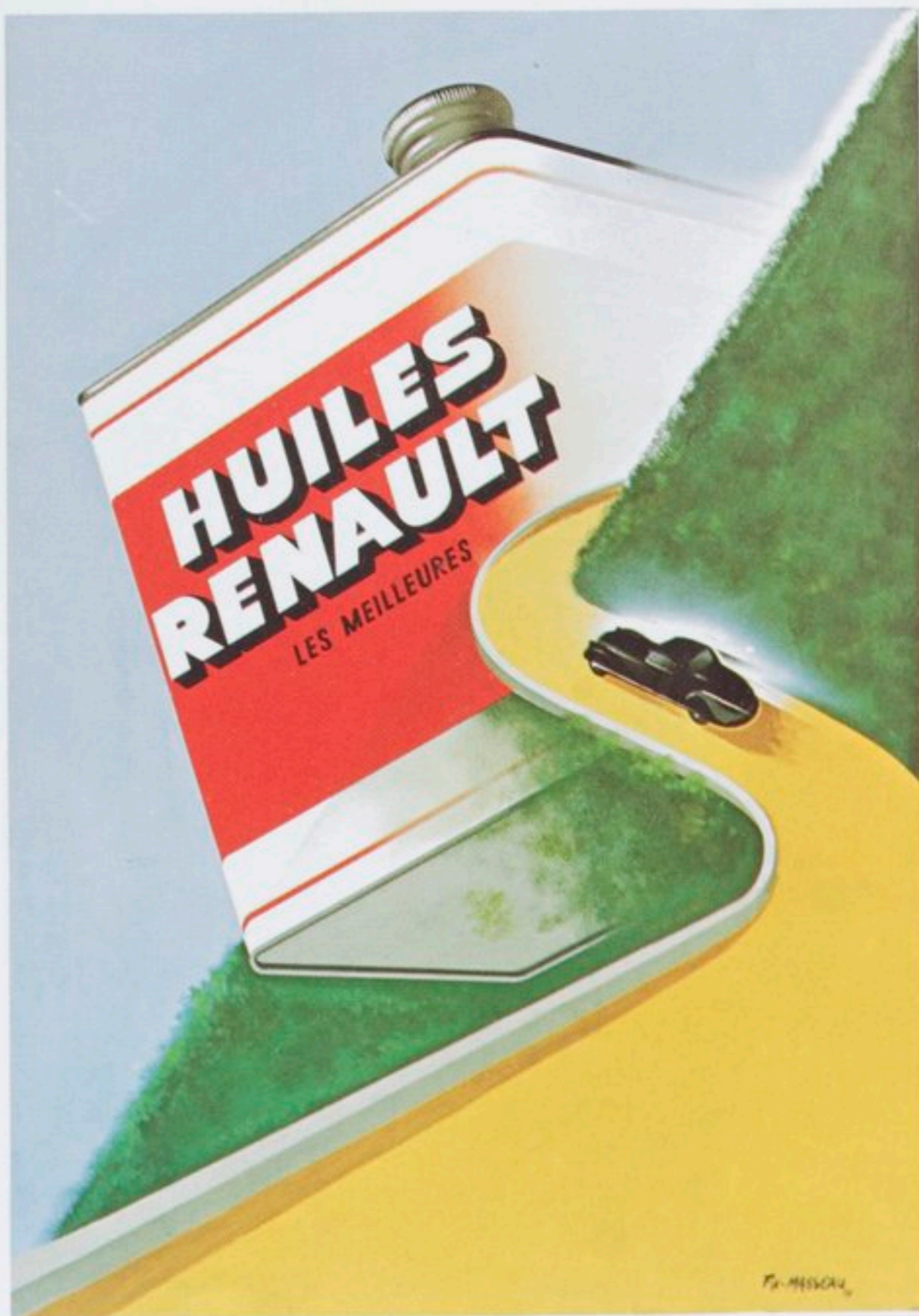
Le Mont Saint-Michel. 1933. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.



« Nous avons fait un bon voyage », 1932. Edita. 62 x 100.



Transport gratuit de votre auto. 1932. Ts formats..



Les huiles Renault. « Les meilleures », 1934. Ed. Edita. 0,80 x 1,20.



Exactitude. Etat. 1932. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.



Les bas Marie-Claire. 1947. Pub. M. Noirclerc. 3,20 x 2,40.



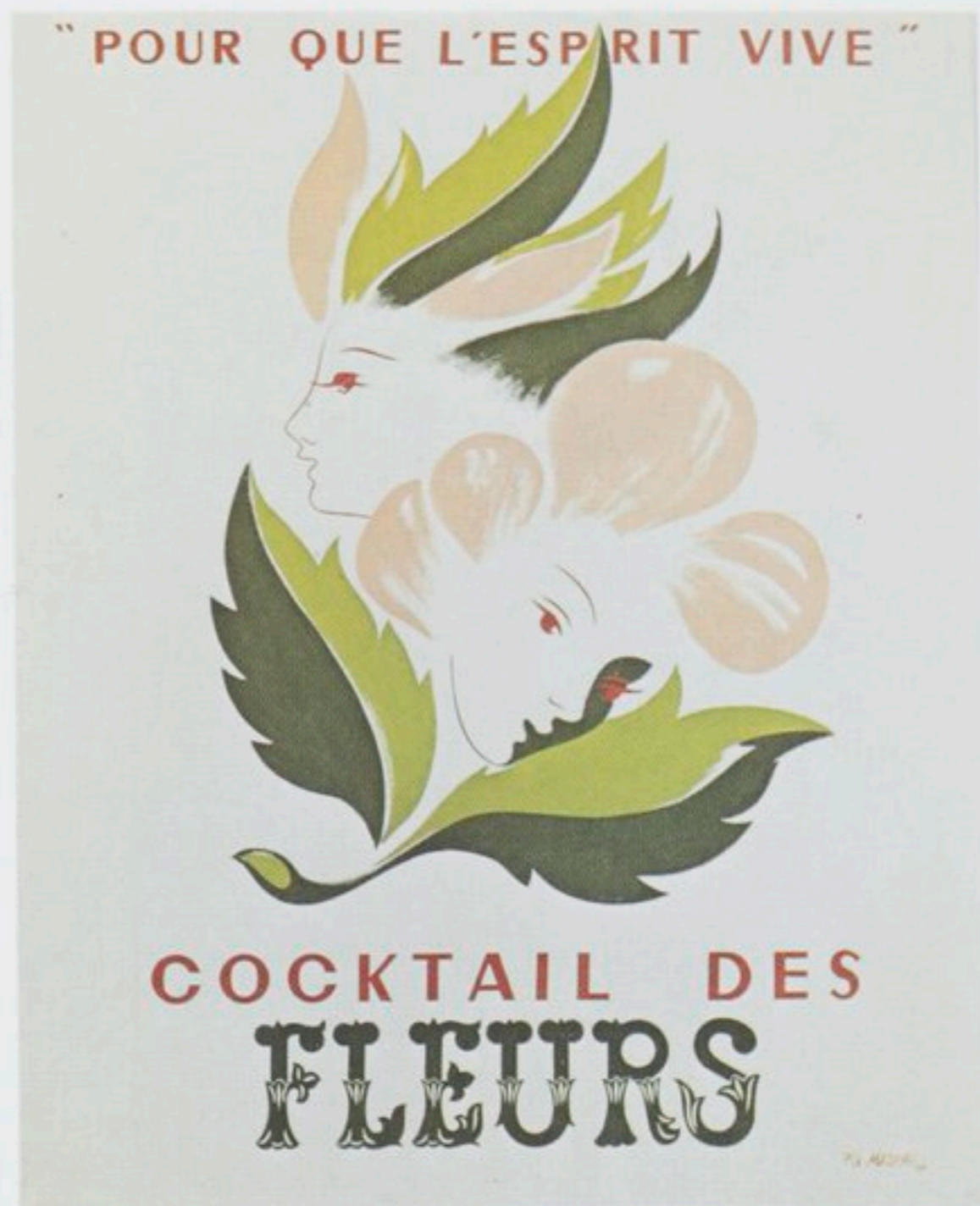
Le rouge baiser. Pub. M. Ph. Fierens. Ts formats.



Les anges du péché, film de Robert Bresson. 1944. Ed. Aljanvic. 0,30 x 0,40.



Comité d'organisation de la terre cuite. 1948. 0,30 x 0,40.



Cocktail des fleurs. 1955. Impr. Watelot-Arbelot. 0,30 x 0,40.



Orphelinat. 1957. Impr. Karcher. 0,40 x 0,60.



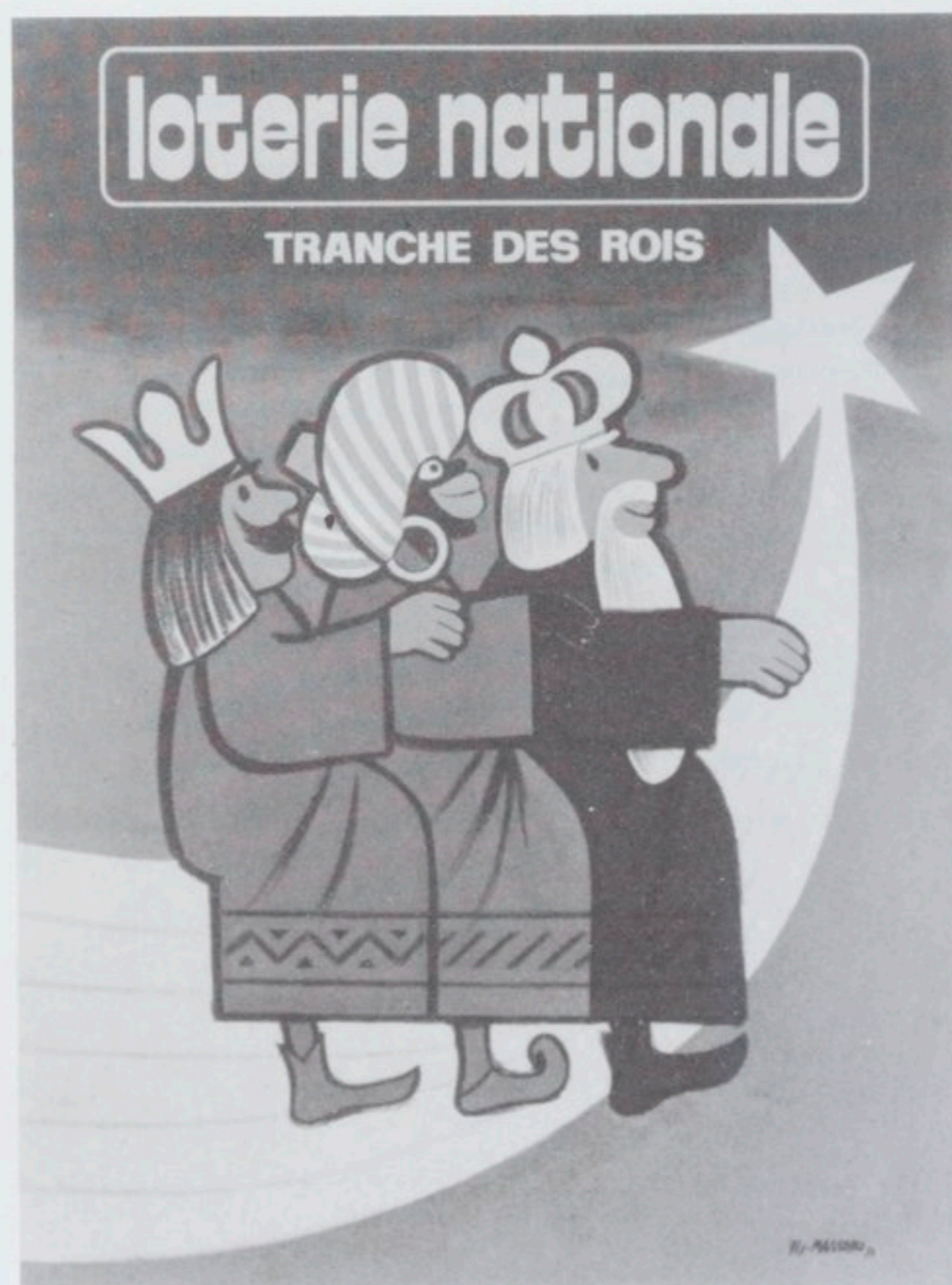
Salon du tourisme. 1951. Chavanne Publicité. 0,30 x 0,40 - 1,20 x 1,60.



Bout filtre. Gitanes caporal. 1955. Impr. Gaillard.



Bout filtre. Disque bleu caporal. Ts formats.



Loterie nationale. Tranche des rois. 1976. Ed. J. Laurence. 0,30 x 0,40.



Foire de Paris. 1974. Ag. UGP. 0,40x0,60 - 1,20x1,60.



Air France. 1956. Impr. Courbet. 0,62x1,00.



Pathé-Marconi. Téléviseur. « Hommage à la qualité ». Ag. Publicis. Impr. Aussel. 1,60x1,20 - 2,30x1,60.



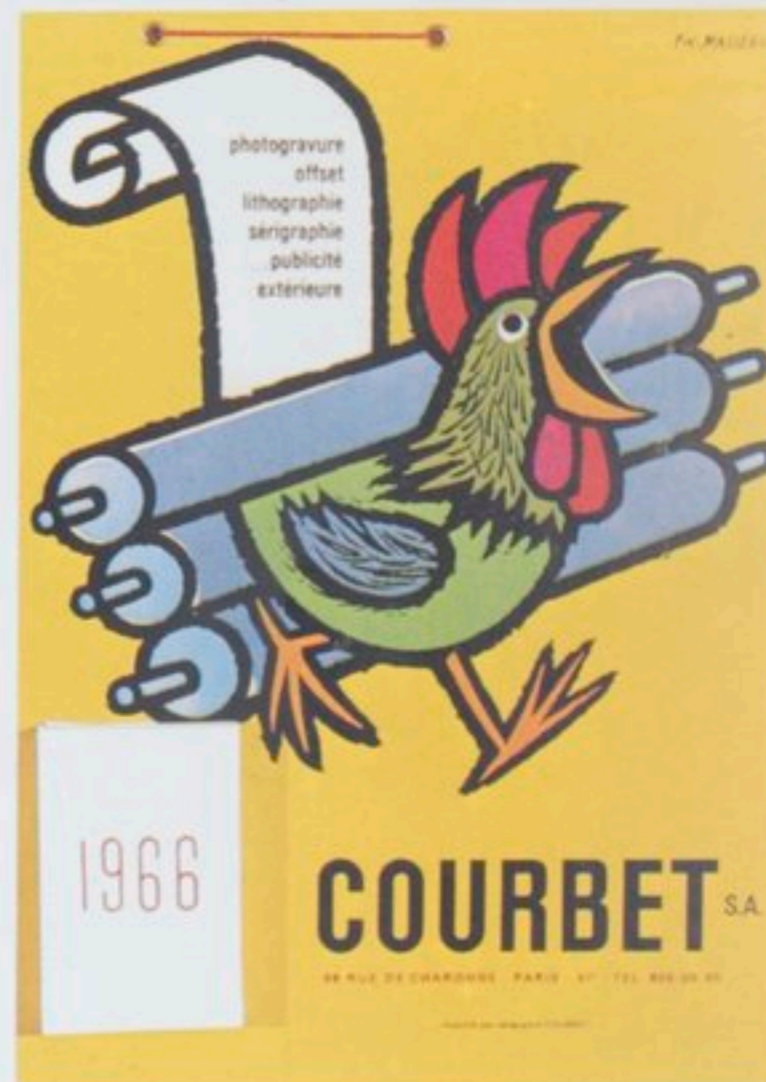
Gitanes caporal. 1957. Impr. Courbet. Ts formats.



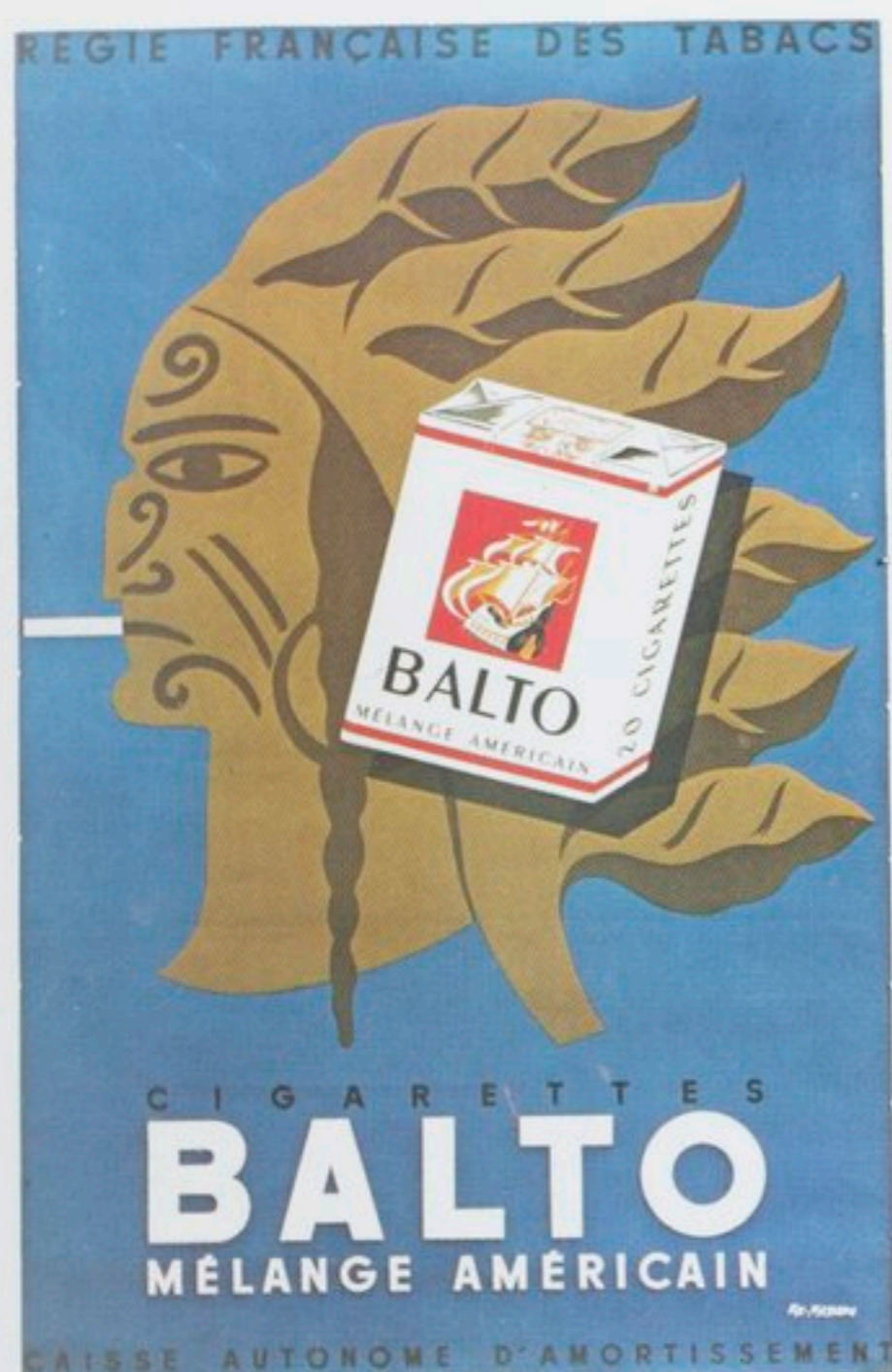
Syndicat des édit. 1966. Le Moil et Pascaly. 0,40 x 0,60.



« La pointe Bic, dans toutes les mains ». 1965. Ag. AFP 1,20 x 1,60.



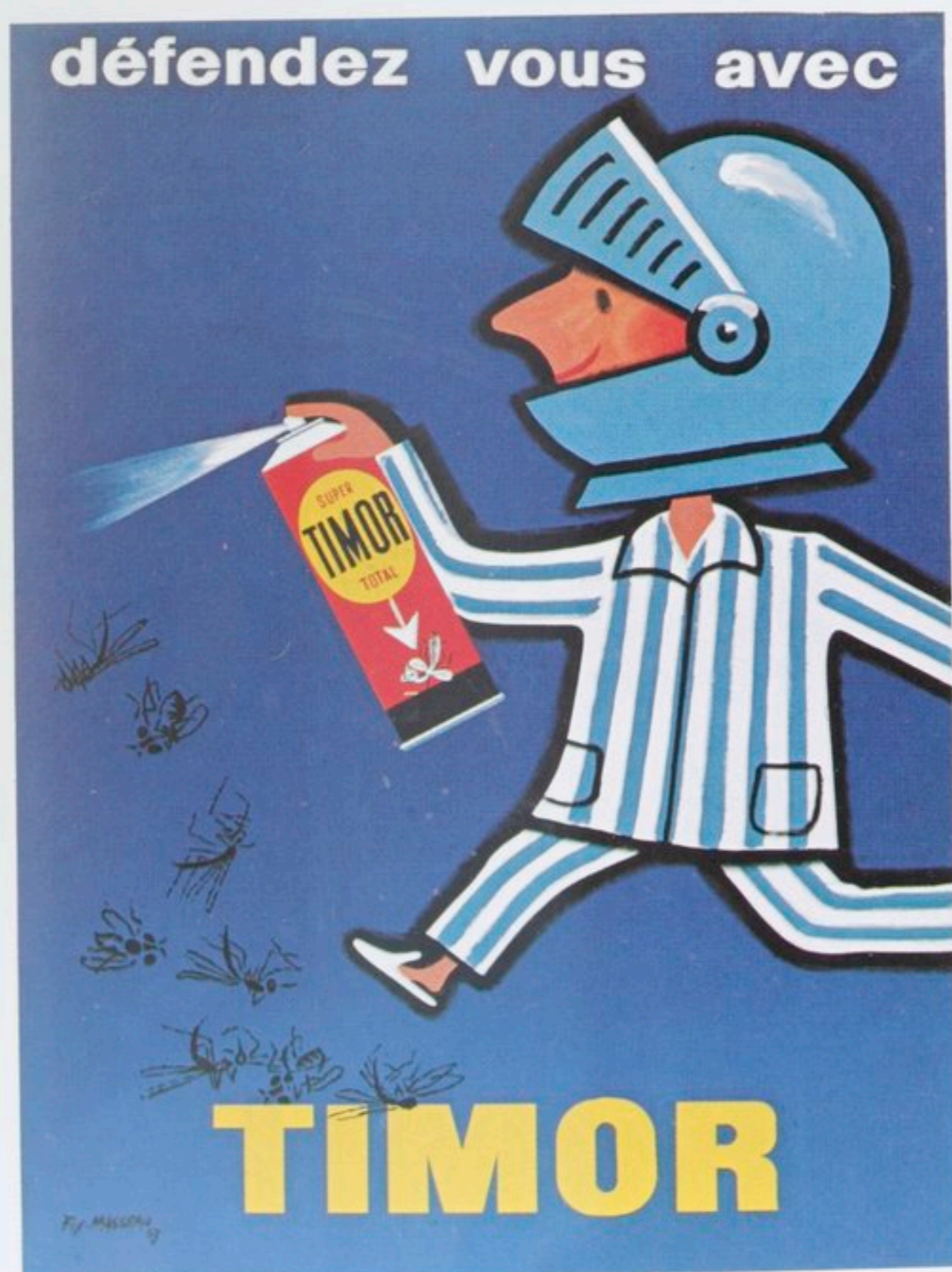
Calendrier de l'imprimerie Courbet. 1966.



Cigarettes Balto. 1956. 0,80 x 1,20 - 1,00 x 1,50.



25^e Salon de l'enfance, 1972. Impr. Baudelaire.



Défendez-vous avec Timor. 1957. Ag. Publi-Service. 0,40 x 0,60 - 1,20 x 1,60.



Rasoir Philips. 1963. Impr. Courbet. Ts formats.



Prix de l'Arc de Triomphe. 1965. Impr. A. Munier. 0,30 x 0,40.



Prévention routière. « Pluie, brouillard... ralentissez. » 1977. Ed. Kalliste. Ts formats.



Syndicat des teinturiers. « Arrêtez cette camionnette et gagnez 5 NF. » 1961. Ag. AFP. 2,40x3,20.



Disque bleu, bout filtre. 1958. Impr. Courbet. Ts formats.



Victoria station. London. Impr. Baugé. 0,62 x 1,00.



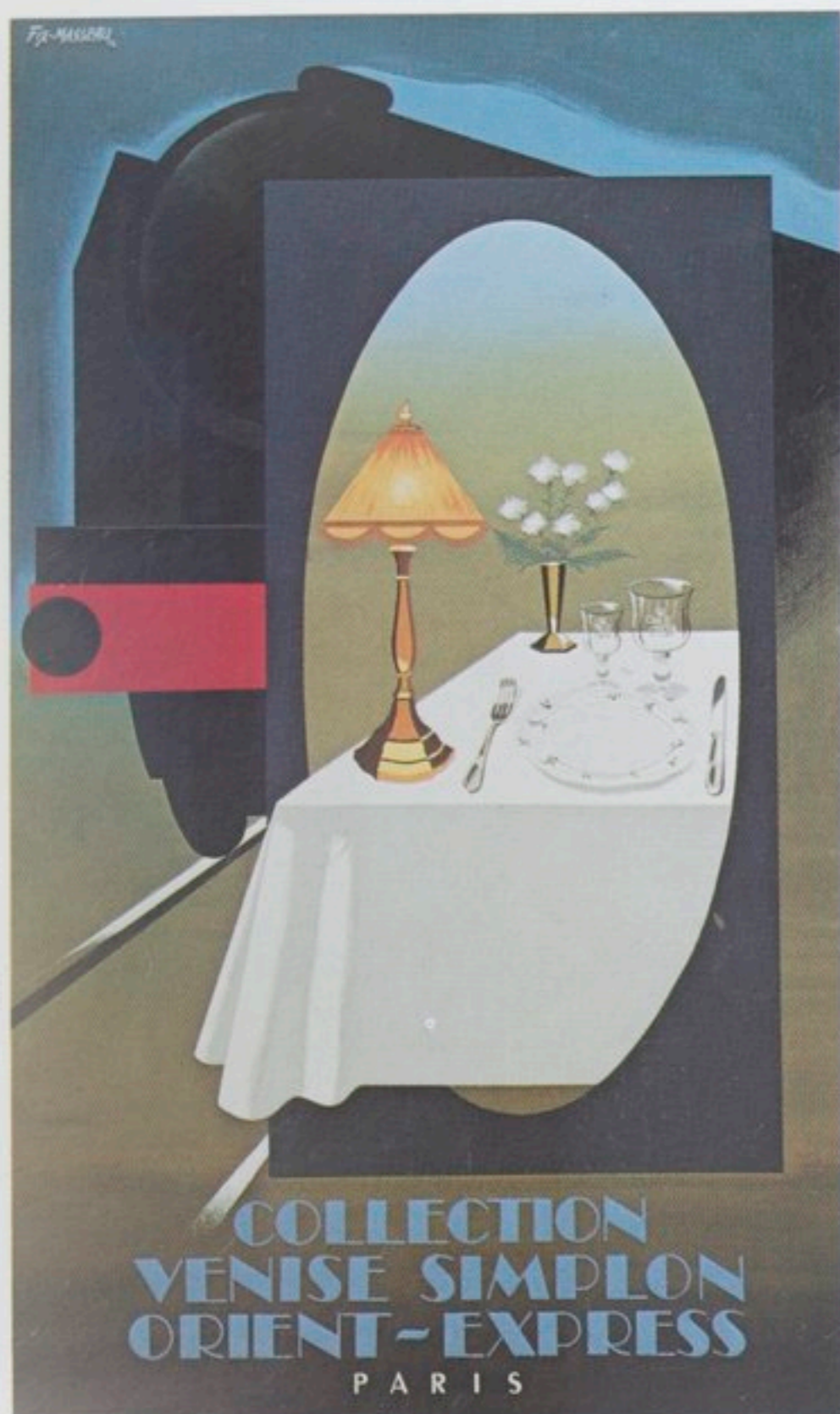
Venice-Simplon Orient-Express. 1979. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.



Centenaire de l'Or.-Exp. 1983. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.



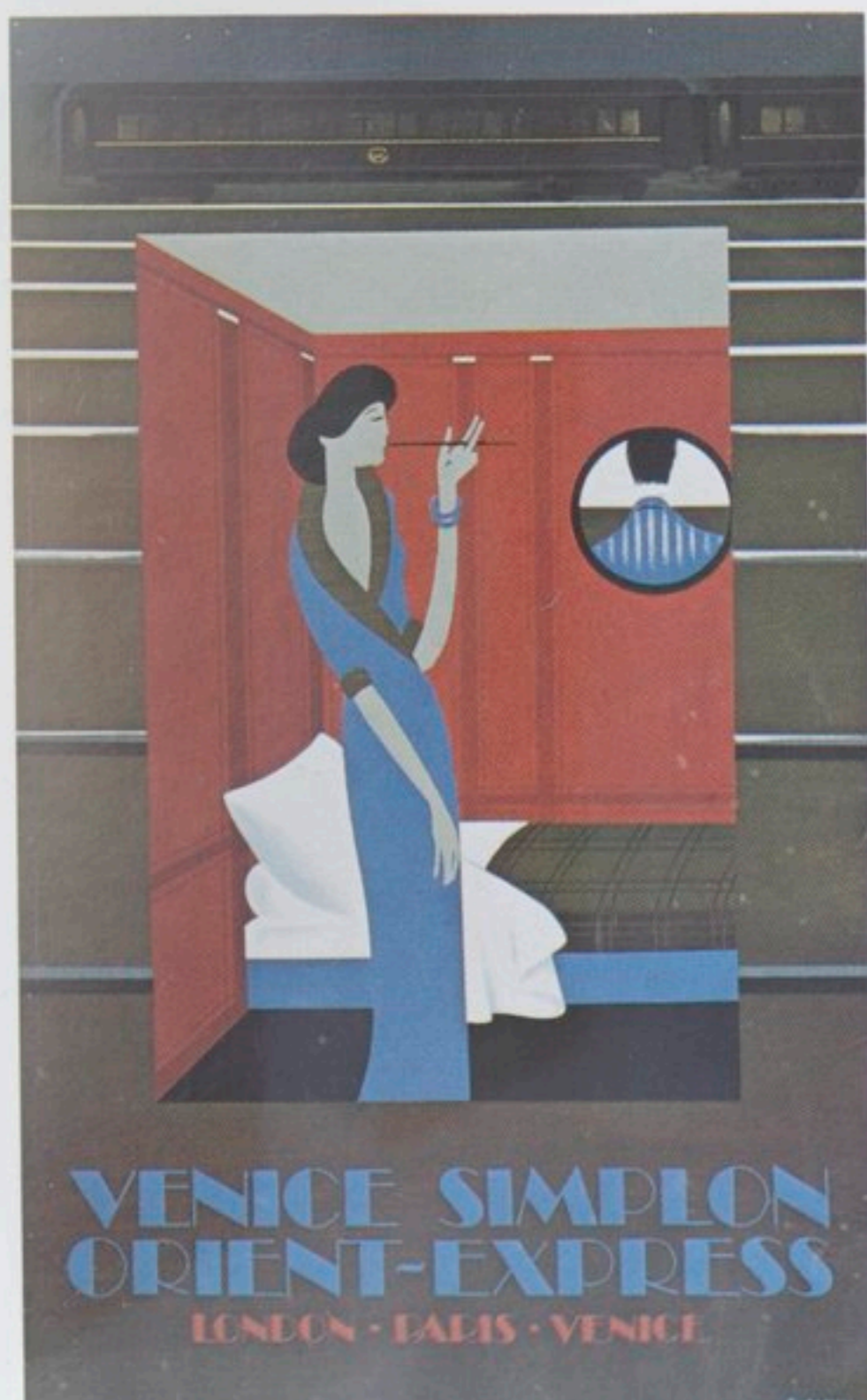
Milan, Venice-Simplon Or.-Exp. 1982. I. Baugé. 0,62 x 1,00.



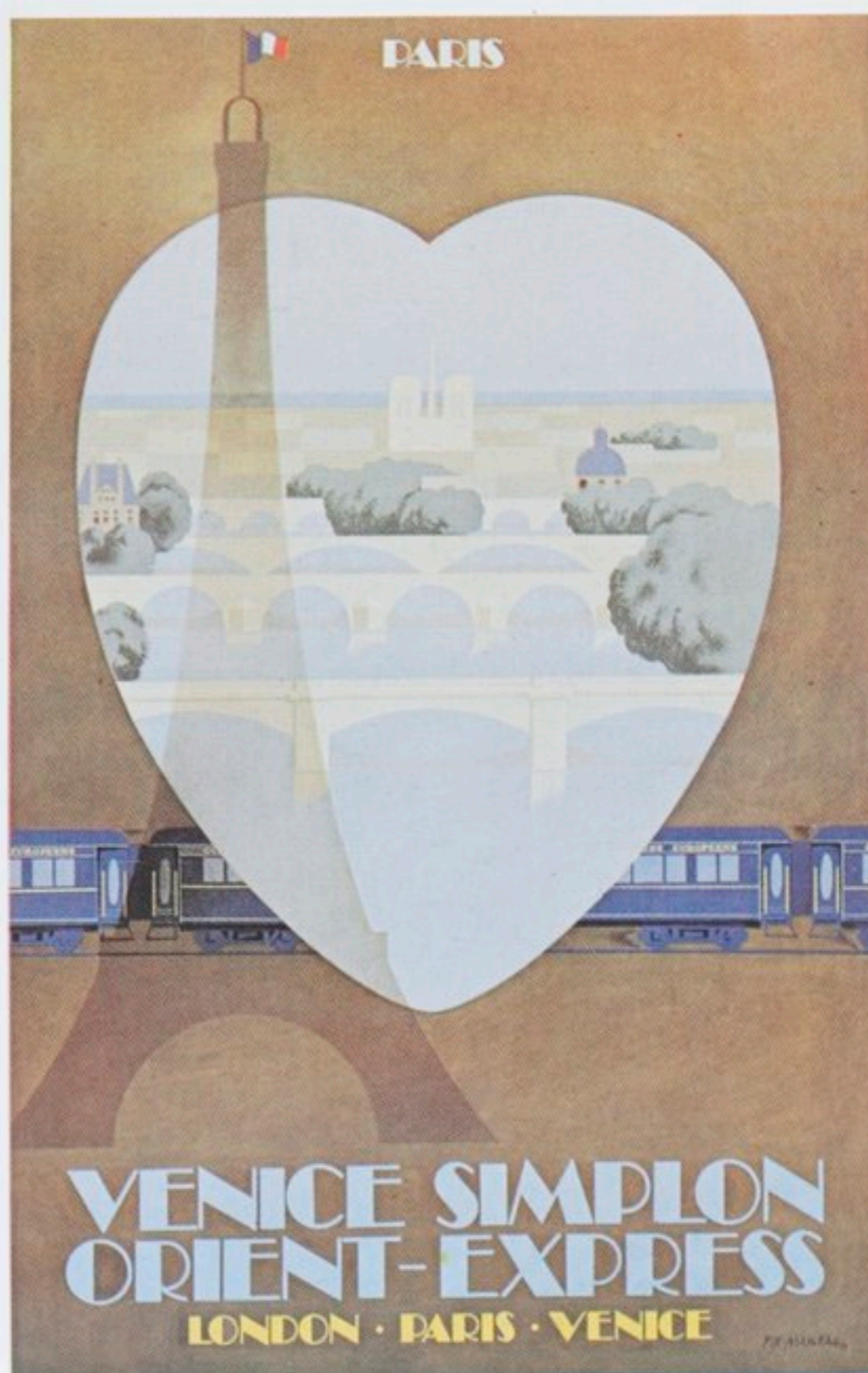
Collection Orient-Express. 1983. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.



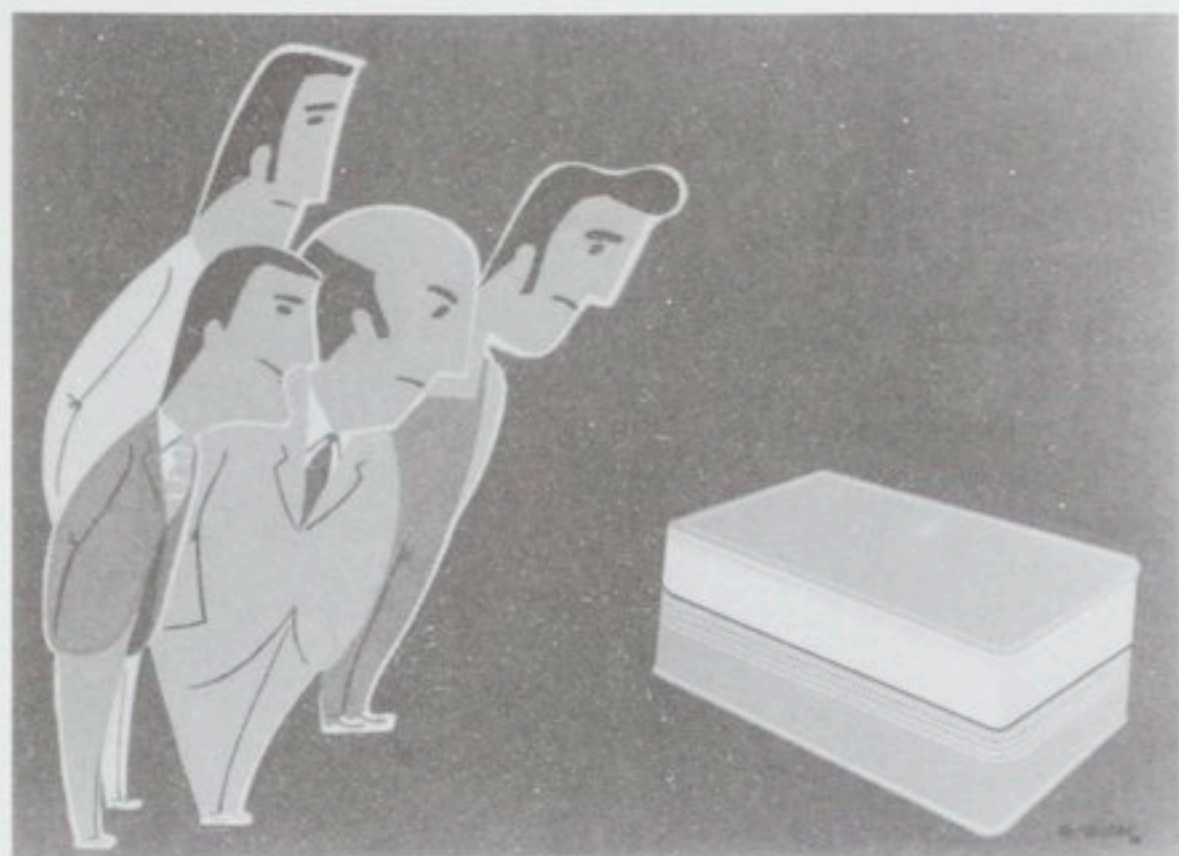
Collection Orient-Express. 1983. IPA. 0,62 x 1,00.



Sleeping. Venice-Simplon Orient-Exp. 1981. Impr. Baugé.



Paris. Venice-Simplon Or.-Exp. 1979. Impr. Baugé. 0,62 x 1,00.



Rasoir Philips. 1955. 1^{er} affichage suspense...



Rasoir Philips. 2^e affichage, solution. 2,40 x 3,20.



52^e Salon de l'auto. 1965. Impr. Bedos. Ts formats.



« Donner son sang... ». 1961. Impr. Karcher. 0,60x0,80.



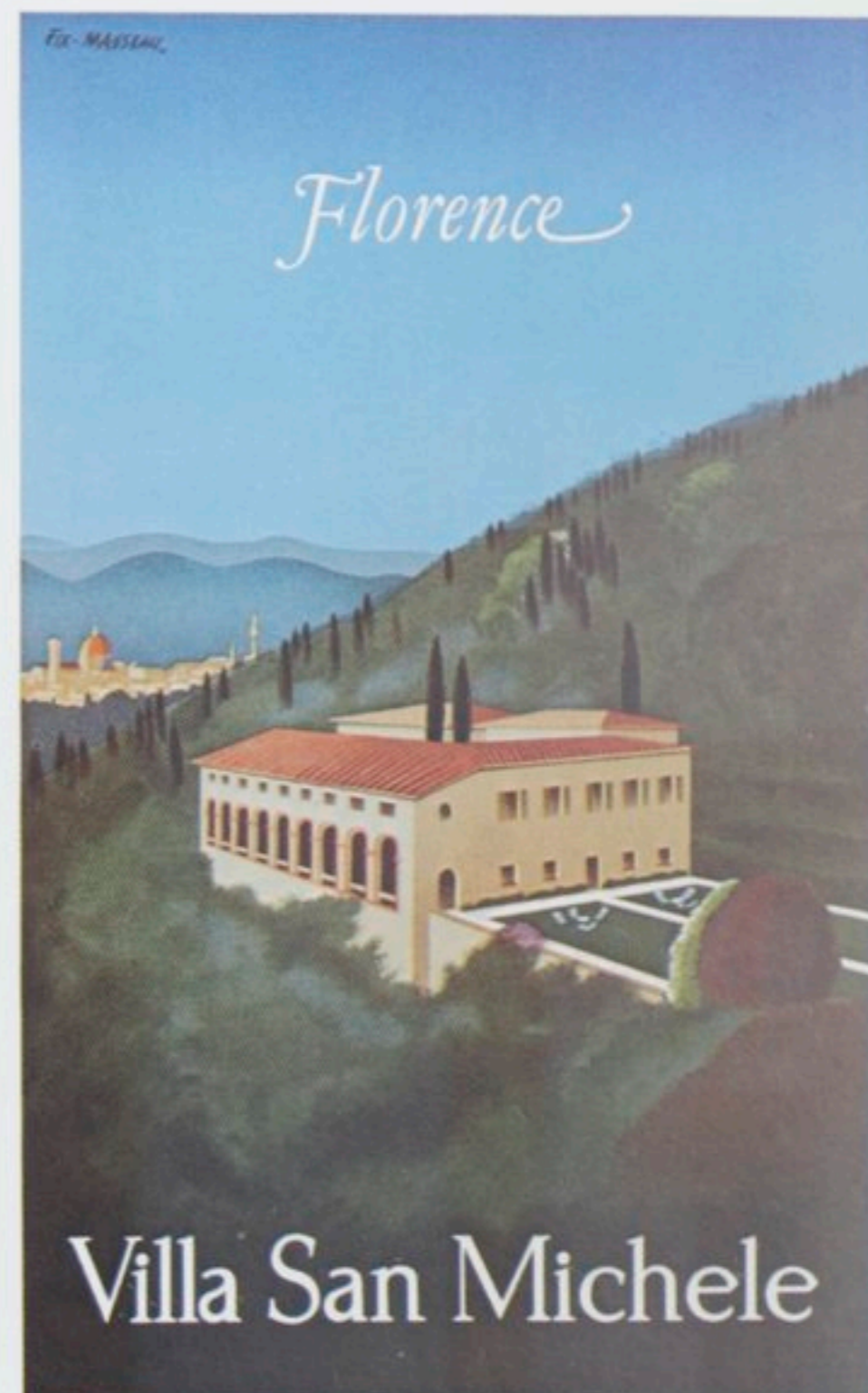
Loterie nationale. St Valentine. 1976. Ed. Jean Laurence. 0,40x0,60.



Cadet-Roussel, fromages. « Tous les jours ». 1970. Pub. Jean Berthier. Impr. Karcher. 0,40x0,30 - 1,60x1,20.



Ligue anti-alcoolique. « En route... non ». 1965. Panneau peint. Grand format.



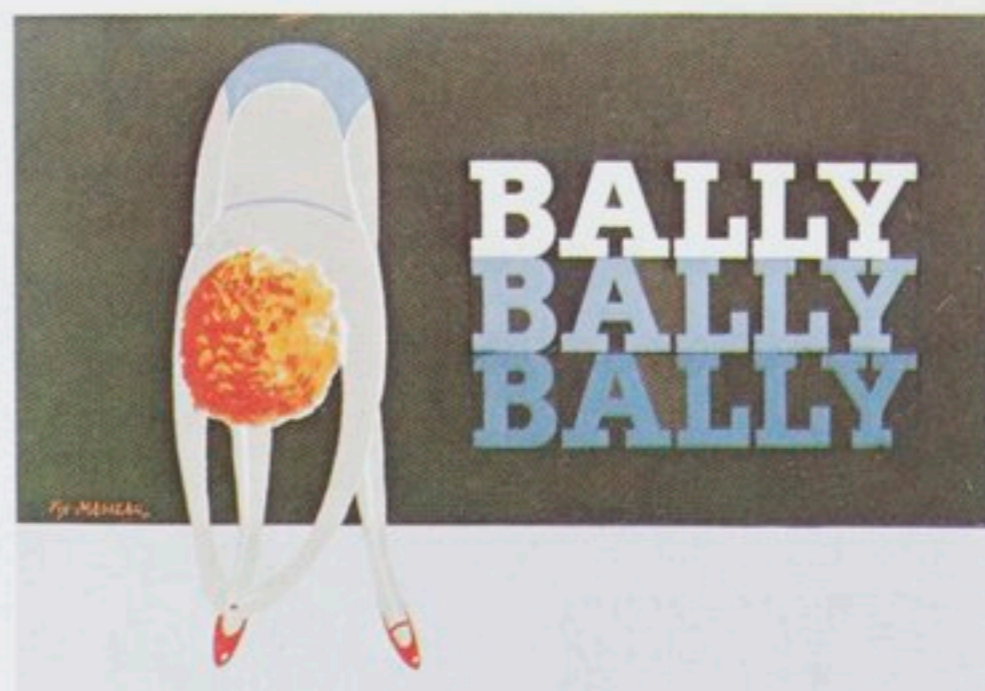
Villa San Michele, Florence. 1983. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.



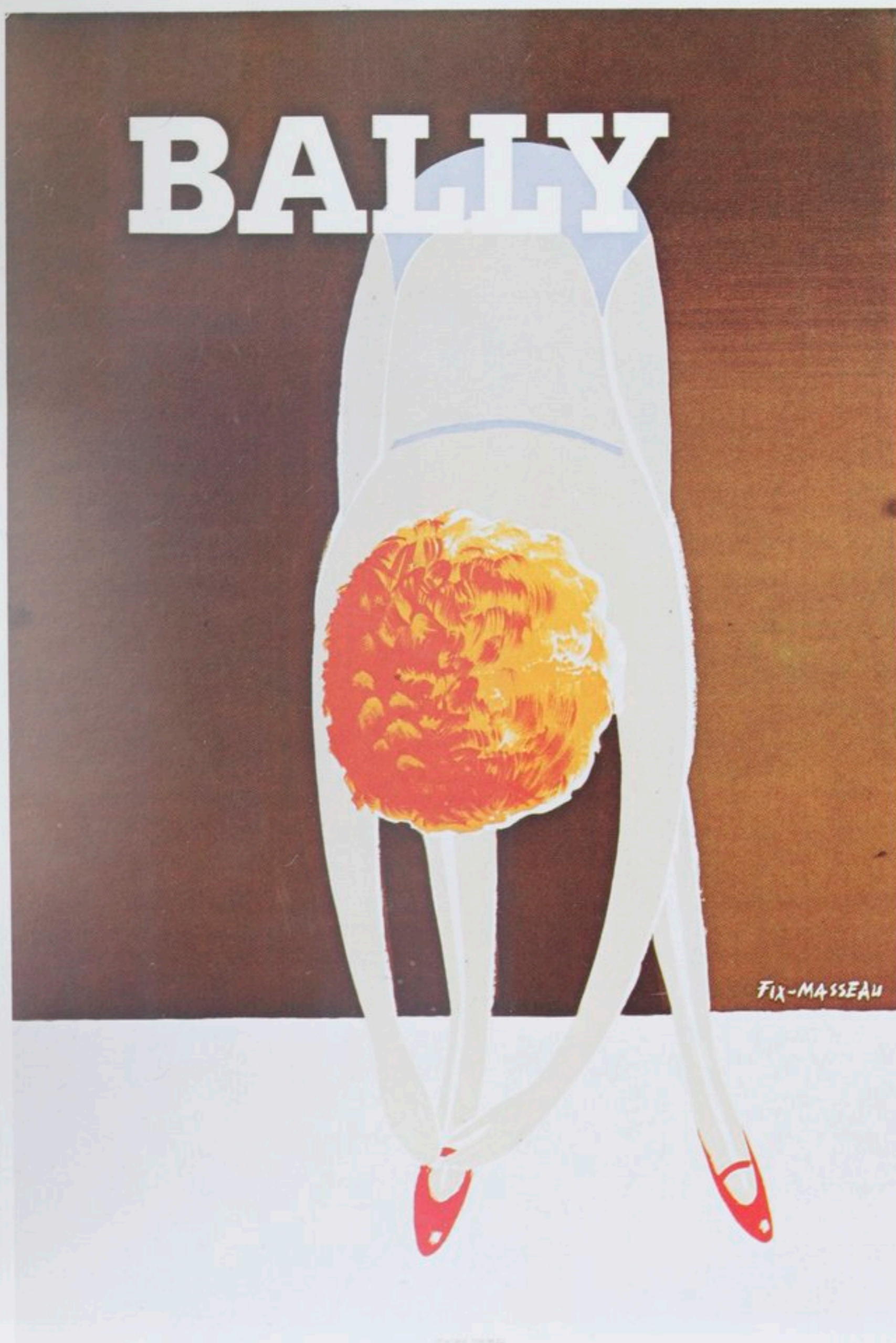
Hôtel Cipriani, Venise. 1983. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.



La Prévention routière. 1980. Ed. Kalliste. Ts formats.



Aménagement affiche. Pub. J.-C. Decaux. Impr. IPA. 3,20 x 2,40.



Bally. 1983. Impr. IPA. 1,17 x 1,73.



Foire de Paris, 1974. Ag. UGP. 0,40x0,60 - 1,20x1,60.



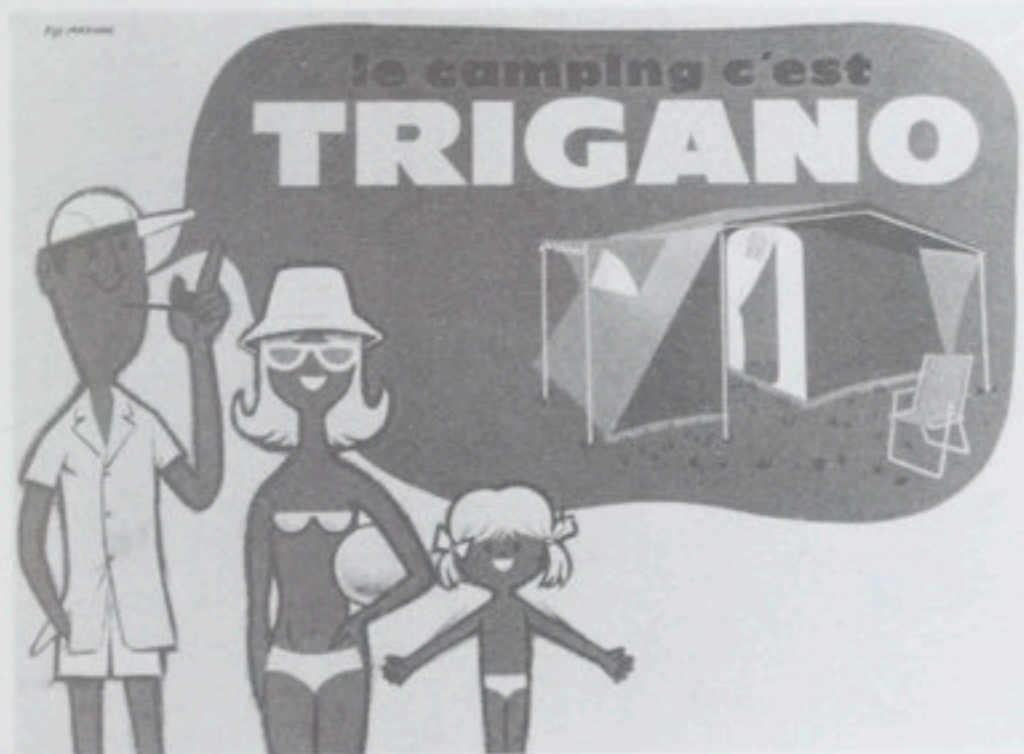
34^e Salon de l'enfance, 1982. Impr. Karcher. Ts form.



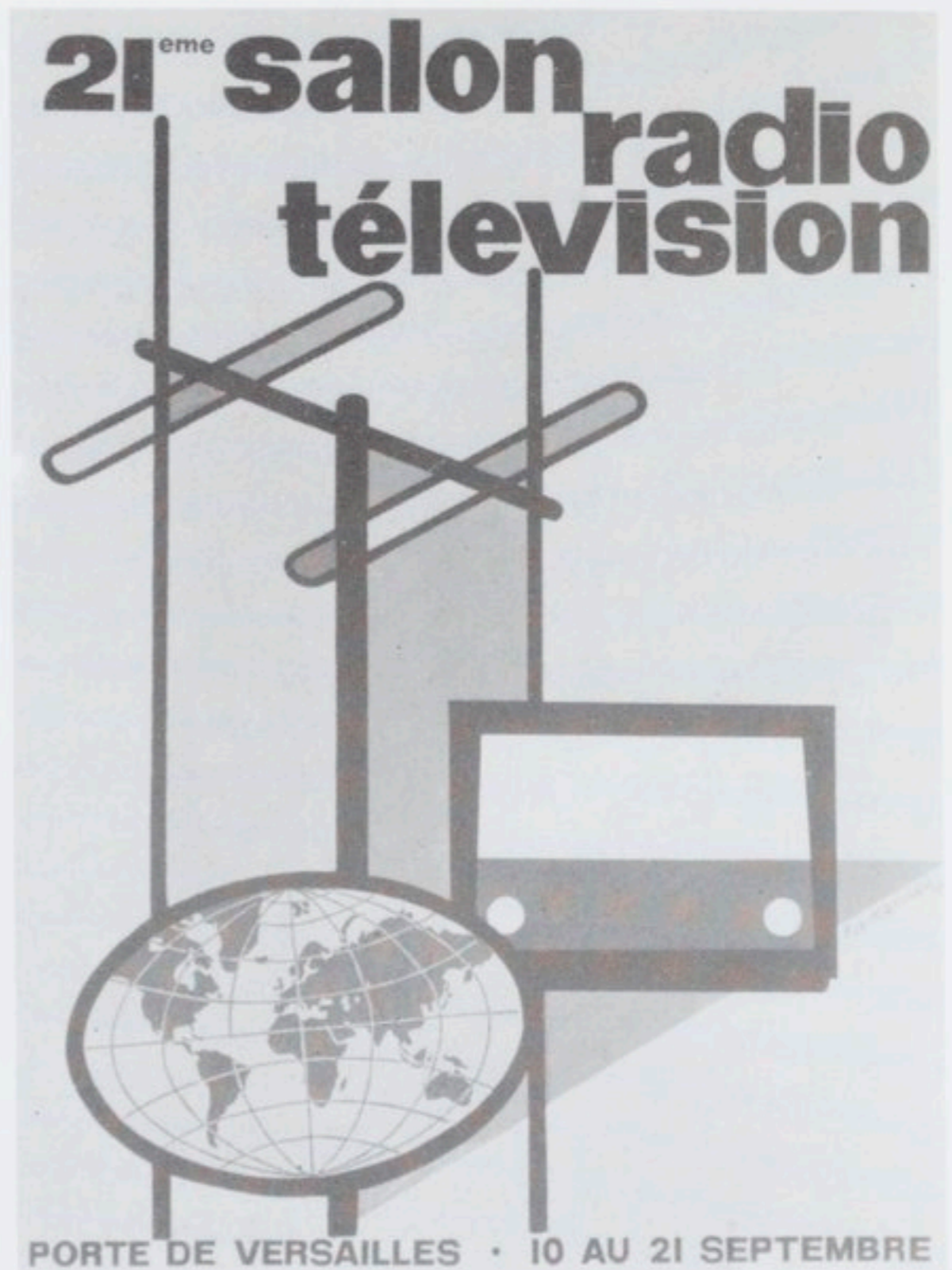
Transistors Philips, 1963. Impr. Hemon. Ts formats.



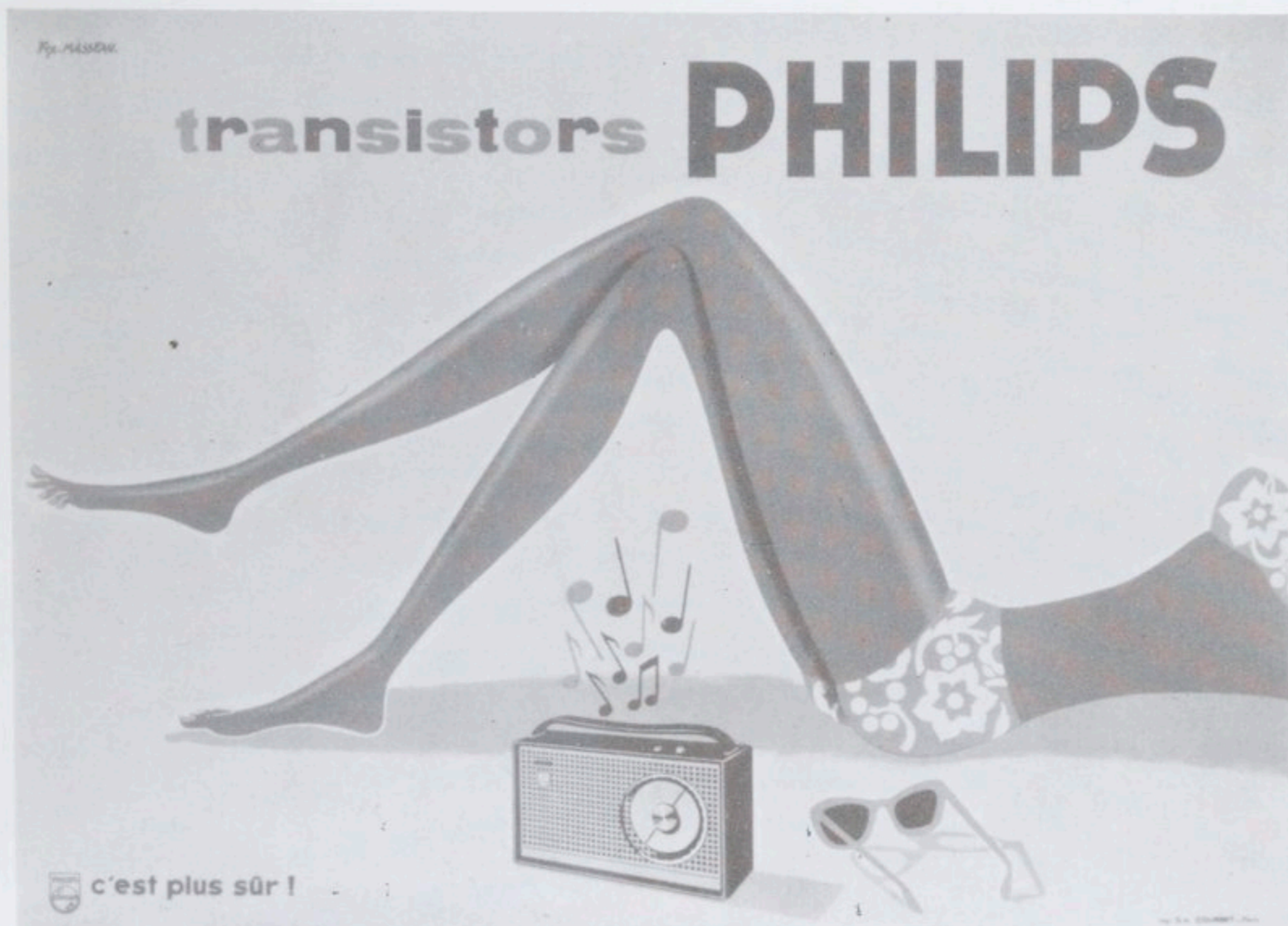
Les gueules cassées, Lot. Nat. 1958. Impr. Aussel. 0,30x0,40.



Trigano, Ag. Publicis. 1965. 3,20 x 2,40.



21^e Salon de la radio et de la télévision. 1959.



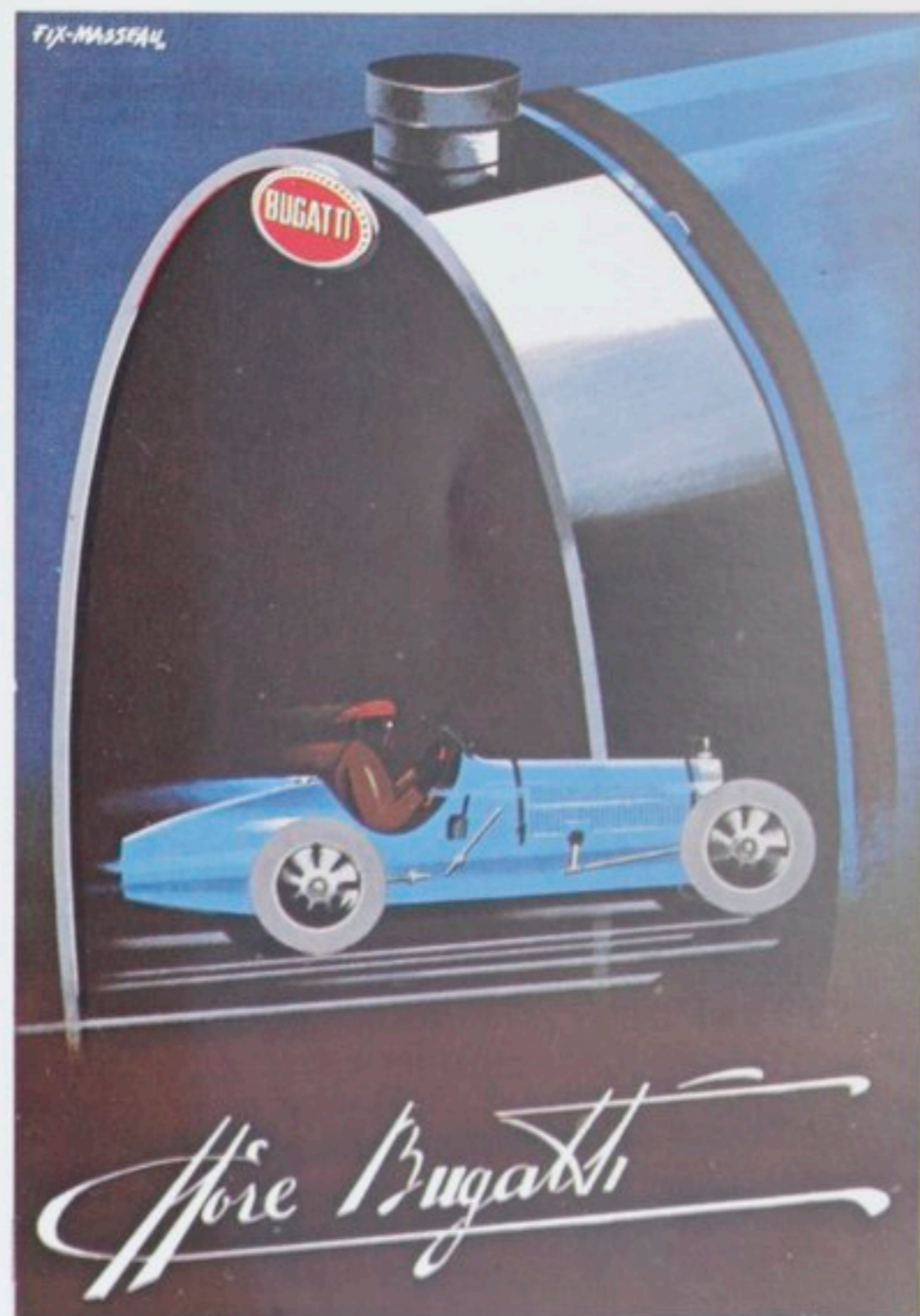
Transistors Philips. « C'est plus sûr ! ». 1951. Impr. Courbet. Ts formats.



Prévention routière. « Gardez vos distances. » 1975. Ed. Kalliste. Ts formats.



La Monnaie de Paris. 1983. Impr. IPA. 0,40 x 0,60 - 1,20 x 1,60.



Club Bugatti. 1983. Impr. F. Bahruth. 0,40 x 0,60 - 1,20 x 1,60.

AFFICHES PIERRE FIX-MASSEAU

- 1927-1934 Campari. Apéritif. 2,80 x 0,70.
Ceinture en tissu élastique. Ed. Edita. 1,20 x 1,60 - 2,40 x 3,20.
Côte d'Azur Pullmann Express. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.
Exactitude. Etat. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.
Aiguille du Midi Mont-Blanc. 0,62 x 1,00.
« Nous avons fait un beau voyage ». Etat. 0,62 x 1,00.
Transport gratuit de votre automobile. 2,40 x 3,20 - 0,62 x 1,00.
Le Mont Saint-Michel. Merveille de l'Occident. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.
Les huiles Renault. « Les meilleures ». Ed. Edita. 0,62 x 1,00.
Les huiles Renault. « Surpuissance ». Ed. Edita. 0,62 x 1,00.
Cuisine au gaz. Ed. Edita. 1,20 x 1,60.
Premier train à traction électrique. Ed. Edita. 0,62 x 1,00.
- 1943 Foot-ball. 1,20 x 1,60.
- 1945-1950 Les bas Marie-Claire. Pub. M. Noirclerc. 2,40 x 3,20.
Le rouge baiser. « Permet le baiser », de Paul Baudecroux. Pub. Ph. F. Fierens. Tous formats.
Les anges du péché. Film. Ed. Aljanvic. 0,30 x 0,40.
Comité d'organisation de la terre cuite. 0,30 x 0,40.
Canadan-Dry. 0,80 x 1,20.
- 1950-1955 Philips. Transistor c'est plus sûr. Impr. Courbet. 1,20 x 1,60.
Pour que l'esprit VIVE. Cocktail des fleurs. Impr. Watelet Arbelot. 0,30 x 0,40.
Machines à laver Hoover. Impr. Semno. 0,80 x 1,20.
Old England. 2,40 x 3,20.
Aspirateurs Hoover. Impr. Semno. 0,80 x 1,20.
Shell. 0,80 x 1,20.
Pruna Dolfi. Liqueur. Ed. Publi Rector. 2,40 x 3,20.
Calor. Fer à repasser. 0,40 x 0,60.
Ducretet-Thomson. Radio électrophone. 0,80 x 1,20.
Philips réfrigérateur capacité 110 litres « c'est plus sûr ». Tous formats.
Diener réfrigérateur. Pub. Jean Laurence. 1,20 x 1,60.
Blansac « Maman ne se fatigue plus, elle fait laver son linge par Blansac ». 0,60 x 0,80.
Disque bleu. Seita. Tous formats.
Eau chaude électrique. Ed. Edilux. Tous formats.
Butalacq. Pub. Jean Berthier. 0,40 x 0,60.
Philips réfrigérateur. 220 L. « C'est plus sûr ». 1,20 x 1,60.
Auer « Ça gaz », radiateurs tous gaz. Tac Publicité. 1,20 x 1,60.
Loterie Nationale. Tranche de Pâques. Ed. Le Bélier. Tous formats.
Salon du tourisme et de l'industrie hôtelière. Ed. Chavanne. 0,30 x 0,40 - 1,20 x 1,60.
Philips. Rasoir. Affichage en deux affiches : 1^{re} affiche suspense, 2^e affiche réponse. 2,40 x 3,20.
- 1955-1960 Syndicat des teinturiers « Teindre c'est embellir, nettoyer c'est rajeunir ». Ag. AFP. 2,40 x 3,20.
Loterie nationale. Prix du Président de la République. Pub. Jean Laurence. Tous formats.
Blansac, « Moi je suis organisé ». 0,60 x 0,80.
Blansac, « Mon meilleur aide. » 0,60 x 0,80.
Blansac. Fraissinet teinturier. 0,60 x 0,80.
Blansac, « Jour de lessive, jour de sortie ». Impr. A. Massou. 0,60 x 0,80.
Océanic-Télévision. Agence Publi-Rector. 2,40 x 3,20.
Air-France. Auto service. Impr. Courbet. 0,62 x 1,00.
Bout filtre. Disque bleu caporal. SEITA. Impr. Courbet. Tous formats.
Bout filtre Gitanes caporal. SEITA. Impr. Courbet. Tous formats.
Ligue anti-alcoolique, « En route... non ». Panneau routier sur toile.
Loterie nationale. Tranche de Pâques. Ed. Le Bélier. Tous formats.
Orphelins des employés de banque et de bourse. Impr. Karcher. 0,40 x 0,60.
Pathé-Marconi. La voix de son Maître, « Hommage à la qualité ». Ag. Publicis, impr. Aussel. 2,30 x 1,60 - 1,60 x 1,20.
Balto-cigarettes. Mélange américain. SEITA Régie française des tabacs. 0,80 x 1,20 - 1,00 x 50.
Timor. « Défendez-vous avec Timor ». Ag. Publi-Service. 0,40 x 0,60 - 1,20 x 1,60.
Riz-la-Croix. Papier à cigarettes. « Relaxez-vous, roulez vos cigarettes avec R. ». Impr. Bedos. 0,80 x 1,20.
Syndicat des teinturiers. « Arrêtez cette camionnette et gagnez 5 NF. ». AFP. 2,40 x 3,20.
Gitanes caporal. Cigarettes. Avec ou sans filtre. Impr. Courbet. Tous formats.
Disque bleu. Cigarettes. Bout filtre SEITA. Impr. Courbet. Tous formats.
Syndicat des éditeurs. « Pour vos vacances, des livres ». Impr. Le Moil et Pascaly. 0,40 x 0,60.
Eau chaude gaz de France. Ed. Edilux. Tous formats.
La lampe Mazda. « C'est tellement mieux ». Ed. Marrou-Esperonnier. 1,20 x 1,60.
Loterie nationale. Les gueules cassées. Double chance. Impr. Ausselle. 0,30 x 0,40.
21^e Salon de la radio et de la télévision. Porte de Versailles. Paris. 1,20 x 1,60.
Thomson. Rasoirs « double service, rase les poils courts, coupe les poils longs ». Ed. Marrou-Esperonnier. 2,40 x 3,20.
- 1960-1965 Rachet-lit. Contrat confort. « Une solution à chaque problème. » Pub. J. Berthier. Impr. Nicolas Sagesse. 1,20 x 1,60.
« Le thon c'est bon ». Pub. Jean Berthier. 1,20 x 1,60.
Poudre Rolls. « Tous usages à la maison ». 2,40 x 3,20.

- Philips. « Rasoir pour toutes les têtes », « c'est sûr ». 2,40 x 3,20.
 BIC (pointe) écriture facile. Ag. AFP. 1,20 x 1,60.
 Dumesnil (bière). Ag. Publi-Service. Tous formats.
 Bic (pointe), « dans toutes les mains » (en allemand, en français). Ag. AFP. 1,20 x 1,60.
 Air-Flam. Chauffage au mazout. Impr. Bedos. 2,40 x 3,20.
 Loterie nationale. Fêtes des mères. Ed. Dufournet. Tous formats.
 Ober-Pills (bière). Ag. Publi-Service. Tous formats.
 Dary, « Pourquoi s'énervier, batterie à plat, chargeur Dary ». Affiche métallisée. 0,40 x 0,60.
 Philips. Transistors à partir de 170 F. Impr. Hemon. 1,20 x 1,60.
 Ducal. Lit média. « Meuble élégant le jour, lit parfait la nuit ». Impr. Ausselle. 1,20 x 1,60.
 Dumesnil (bière familiale). Ag. Publi-Service. Tous formats.
 Syndicat des teinturiers. Concours énigme de la belle teinturière. En deux affiches: 1^{re} aff. suspense; 2^e aff. réponse. Ag. AFP. 2,40 x 3,20.
 Trigano, « Le camping c'est Trigano ». 2,40 x 3,20.
 Arphone-Téléviseur. Pub. Jean Berthier. 1,20 x 1,60.
 Prévention routière. « Gardez vos distances ». Impr. Frapinex. 0,40 x 0,60.
 Tranfusion sanguine. « Donner son sang ». Impr. Karcher. 0,60 x 0,80.
 Loterie nationale. Les gueules cassées. Prix de l'Arc de Triomphe. 0,30 x 0,40.
 52^e Salon de l'Auto. Impr. Bedos. Tous formats.
 Philips. Rasoir. Impr. Courbet. Tous formats.
 Cadet Roussel. Fromage. Pub. Jean Berthier. Impr. Karcher. 0,30 x 0,40 - 1,20 x 1,60.
 1965-1970 Cadet Roussel. Top-frais, Cadet frais fromage frais en direct de la campagne. Impr. Karcher. 0,30 x 0,40 - 1,20 x 1,60.
 Philips. téléviseur. Impr. Gaillard. 1,20 x 1,60.
 Philips. Réfrigérateur. « Grande capacité, gain de place ». Impr. Courbet. Tous formats.
 1970-1978 Prévention routière, « Roulez à droite ». Tous formats.
 Fauteuil Bang. Impr. moderne du Lion. 1,20 x 1,60.
 Cadet Roussel. Fromage frais. Pub. Jean Berthier. 2,50 x 0,65 - 1,20 x 1,60.
 Hachette. Fête des Pères. 0,30 x 0,40.
 Prévention routière. « Tenez votre droite ». Kalliste. Impr. Brugnières. Tous formats.
 25^e Salon de l'Enfance. Impr. Baudelaire. Tous formats.
 Foire de Paris. Exposition des nations étrangères. Ag. UGP. 0,40 x 0,60 - 1,20 x 1,60.
 Foire de Paris. 1^{er} Salon des créations d'art. Ag. UGP. 0,40 x 0,60 - 1,20 x 1,60.
 Prévention routière. « Avez-vous fait vérifier vos pneus ». Ed. Kalliste. 1,20 x 1,60.
 Loterie nationale. Tranche de Noël. Ed. Jean Laurence. Impr. Bedos. Tous formats.
 Philips téléviseur. « C'est plus sûr ». 1,20 x 1,60.
 Loterie nationale. La St Valentin. Ed. J. Laurence. 0,60 x 0,80.
 Prévention routière. « Pluie, brouillard... ralentissez ». Ed. Kalliste. Impr. Th. Brunière. 1,20 x 1,60.
 Loterie nationale. Tranche des mimosas. 0,40 x 0,60.
 Loterie nationale. Tranche de la musique. 0,40 x 0,60.
 Prévention routière. « Gardez votre auto-route propre ». Ed. Kalliste. Impr. Th. Brunière. Tous formats.
 1979 Venice-Simplon Orient-Express. The Alps. London. Paris. Venice. Impr. Bauger. 0,62 x 1,00.
 Venice-Simplon Orient-Express. Venice. London. Paris. Venice. Impr. Bauger. 0,62 x 1,00.
 Venice-Simplon Orient-Express. Paris. London. Paris. Venice. Impr. Bauger. 0,62 x 1,00.
 Venice-Simplon Orient-Express. Wagon-Restaurant. London. Paris. Venice. Impr. Bauger. 0,62 x 1,00.
 1980 Prévention routière. « Voir et être vu ». Campagne éclairage et signalisation. Ed. Kalliste. Tous formats.
 1981 Venice-Simplon Orient-Express. Sleeping. London. Paris. Venice. Impr. Bauger. 0,62 x 1,00.
 1982 Venice-Simplon Orient-Express. Sleeping. London. Paris. Milano. Venezia. Impr. Bauger. 0,62 x 1,00.
 34^e Salon de l'enfance. Ed. Promo Flash. Impr. Karcher. Tous formats.
 1983 Collection Venice-Simplon Orient-Express. Paris. (1^{re} aff.). Impr. IPA. 0,62 x 1,00.
 Collection Venice-Simplon Orient-Express. Paris. (2^e aff.). Impr. IPA. 0,62 x 1,00.
 Bally. Impr. IPA. 0,40 x 0,60 - 1,17 x 1,73.
 La Monnaie de Paris. Impr. IPA. 0,40 x 0,60 - 1,20 x 1,60.
 Bugatti club. Impr. Druck F. Bahruth-Reinbeck. RFA.
 Villa San Michele. Florence. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.
 Hôtel Cipriani. Venise. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.
 Centenary of the Orient-Express. 1883-1983. Impr. IPA. 0,62 x 1,00.

EXPOSITIONS

- Décembre 1950. L'art publicitaire français. Maison de la Pensée Française. Paris.
- 29 mars - 10 avril 1957. L'affiche de Toulouse-Lautrec à nos jours. Palais des Beaux Arts. Bruxelles.
- 15 octobre 1976 - 2 février 1977. Cinquantenaire de l'exposition de 1925. Musée des Arts décoratifs. Paris.
- 13 février 1978. Inauguration du Musée de l'Affiche, 18, rue de Paradis, 75010 Paris.
- 13 juillet - 6 novembre 1978. Paris-Berlin. Centre national d'art et de culture Georges Pompidou. Paris.
- Mars 1980. « Autour de FIX-MASSEAU ». Art Curial. Centre d'art plastique contemporain, 9, av. Matignon, Paris.
- 3 au 16 octobre 1981. « Les affichistes chez les impressionnistes ». Salle Jean Françaix, place Maurice-Bertaux, Chatou.

